

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Sociologie și Asistență Socială
1.4 Domeniul de studii	Sociologie
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Sociologia organizațiilor și a resurselor umane / Specialist resurse umane

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Branding de angajator						
2.2 Titularul activităților de curs	Dr. Diana Mihalcea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr. Diana Mihalcea						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	DO

* E - examen; C - colocviu; EVP - verificare pe parcurs; PP - prezentare proiect

** DO – discipline obligatorii; DA – disciplină opțională; DF – discipline facultative

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					21
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					6
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					108
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Număr de credite					6

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Nu este cazul
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Utilizarea telefoanelor mobile este interzisă pe durata desfășurării cursului
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Utilizarea telefoanelor mobile este interzisă pe durata desfășurării cursului Nu se vor accepta cererile de amânare a prezentării proiectelor



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Analiza și interpretarea mediului organizațional baza unor strategii de management specifice. Radiografierea contextului organizațional pe baza cunoștințelor specifice. Diagnoza nevoilor resurselor umane
Competențe transversale	Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatică de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de baza ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvata în comunicarea profesionala Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">▪ Explice conceptelor de “branding”, “branding instituțional”, “branding de angajator”▪ Describe elementelor de bază ale brandingului de angajator▪ Analizeze un proces / proiect de branding de angajator

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Definirea conceputului de brand	• Descrierea • expunerea problematizată • explicația • conversația reproductivă • conversația euristică	• Cursul se desfășoară conform programării de la orar • Temele de curs se regasesc la bibliografie
2.	Strategia de comunicare a brandului de angajator		
3.	Elementele de bază ale brandurilor instituționale. Notorietate și loialitate		
4.	Brandingul de angajator. Poziționare		
5.	Propunerea de valoare a unei organizații (Employee Value Proposition)		



6.	Managementul brandului de angajator		
7.	Cultura organizațională - diagnoză		
9.	Relațiile publice și brandul de angajator		
10.	Identitatea profesională		

Bibliografie**Referințe principale:**

Aaker, David (2005). *Managementul capitalului unui brand*. București: Brandbuilders, Editura Curier Marketing.

Barrow, Simon, Mosley, Richard (2005). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. Chichester: John Wiley & Sons

Referințe suplimentare:

Ibarra, Herminia (2011). *Identitatea profesională*, București: Curtea Veche

Ionescu, Mihaela Alexandra (2009). *Brandingul de angajator*, Iași: Institutul European

Kotler, Philip (2002) *Managementul marketingului*, traducere de Smaranda Nistor, ediția a III-a, București, Editura Teora

Klein, Naomi (2006) *No logo. Tirania mărcilor*, București, comunicare.ro

Olins, Wally (2010) *Despre brand*, traducere de Ștefan Liuțe, ediția a 2-a, revizuită, București, comunicare.ro

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Organizarea activităților de seminar; prezentare exigențe seminar; prezentarea tematică seminar	• expunerea problematizată • discuția • explicația	• Seminarul se desfășoară conform programării de la orar • Fiecare student trebuie să facă parte dintr-o echipă • Proiectul de seminar va fi realizat în echipe de 3-4 studenți.
2.	Masurarea brandului de angajator		
3.	Brandul de angajator. Analiza organizațională		
4.	Brandul de angajator. Instrumente de cercetare		
5.	Brandul de angajator. Prezentare practici		
6.	Brandul de angajator. Prezentare practici		
7.	Brandul de angajator. Prezentare practici		

Bibliografie

Aaker, David (2005). *Managementul capitalului unui brand*. București: Brandbuilders, Editura Curier Marketing.

Barrow, Simon, Mosley, Richard (2005). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. Chichester: John Wiley & Sons

Ibarra, Herminia (2011). *Identitatea profesională*, București: Curtea Veche

Ionescu, Mihaela Alexandra (2009). *Brandingul de angajator*, Iași: Institutul European

Kotler, Philip (2002) *Managementul marketingului*, traducere de Smaranda Nistor, ediția a III-a, București, Editura Teora

Klein, Naomi (2006) *No logo. Tirania mărcilor*, București, comunicare.ro



Olins, Wally (2010) *Despre brand*, traducere de Ștefan Liuțe, ediția a 2-a, revizuită, București, comunicare.ro

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina “Branding de angajator” răspunde nevoii companiilor private, ONG-urilor și Instituțiilor publice de a atrage resursă umană prin crearea unei imagini favorabile despre angajator. Brandingul de angajator este o strategie utilizată din ce în ce mai frecvent pentru a atrage și păstra talentele, dar și pentru a crea avantaje competitive pe piața forței de muncă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.1 Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none">• Prezența activă la seminarii• Elaborarea și susținerea proiectului de seminar• Absolvirea cursului este condiționată de participarea la minimum 50%+1 din seminariile desfășurate	<ul style="list-style-type: none">• Inregistrarea prezențelor• Evaluare prezentare proiecte Punctaj prezente la seminar (individual) 10% Punctaj proiect (echipa) 90%	100%
10.62 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul unui proiect pe o temă de specialitate.			

Data completării
18.10.2021

Titular de curs
Dr. Diana Mihalcea

Titular de seminar
Dr. Diana Mihalcea

Data avizării în departament
18.10.2021

Director de Departament
Conf.Univ.Dr. Romeo Asiminei